

## Tinjauan Syariah Multi Level Marketing\*

(SHARIA PERSPECTIVE ON MULTI LEVEL MARKETING)

**Hendri Tanjung**

Program Pasca Sarjana UIKA Bogor

Jl. KH. Sholeh Iskandar

E-mail: [hendri.tanjung@gmail.com](mailto:hendri.tanjung@gmail.com)

**Abstract:** Multi Level Marketing is a method or technique of multi-level marketing and use direct selling approach. The uniqueness of this system lies in the distribution of its products will not be found in shops, supermarkets and stalls. Products obtained through direct distributors that are mainly individuals. But in the run still leaves some problems, especially in view of sharia, such as how the halal products, how the validity of the agreement, if it is appropriate reward with his work, how the ethical position of MLM, how the rule of law, as well as how to modify them in accordance with sharia.

**Keywords:** MLM, Marketing, Sharia

**Abstrak:** Multi Level Marketing adalah metode atau teknik pemasaran berjenjang dan memakai pendekatan *direct selling*. Keunikan sistem ini terletak pada distribusi produknya yang tidak akan dijumpai di toko-toko, swalayan dan warung-warung. Produk diperoleh melalui distributor langsung yang umumnya berupa pribadi-pribadi. Akan tetapi dalam menjalankannya masih meninggalkan beberapa permasalahan, khususnya dalam pandangan syariah, seperti bagaimana kehalalan produknya, bagaimana keabsahan akadnya, sudah sesuainkah imbalan dengan kerjanya, bagaimana posisi etis/akhlak MLM, bagaimana kaidah hukumnya, serta bagaimana memodifikasinya agar sesuai syariah.

**Kata Kunci:** Multi Level Marketing, Pemasaran, Syariah

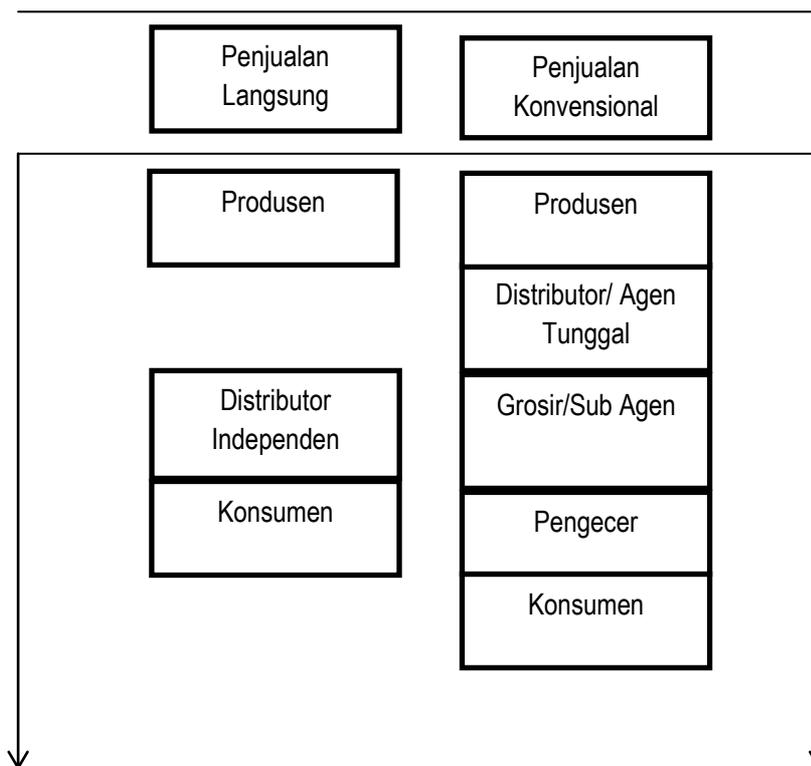
---

\* Diterima tanggal naskah diterima: 21 Maret 2013, direvisi: 21 April 2013, disetujui untuk terbit: 19 Mei 2013.

## Pendahuluan

Banyak cara orang mencari harta, mulai dari yang jelas-jelas halal sampai yang jelas-jelas haram. Tetapi dengan perkembangan zaman, banyak orang yang akhirnya tidak tahu apakah suatu sistem bisnis modern halal dan haram. Salah satu sistem bisnis modern yang dimaksud adalah Sistem pemasaran Berjenjang (Multi Level Marketing-MLM). Dalam tulisan ini akan dibahas potret MLM, tinjauan syariahnya dan upaya-upaya untuk membuatnya agar sesuai syariah.

MLM atau *Multi Level Marketing* adalah metode atau teknik pemasaran berjenjang dan memakai pendekatan *direct selling*. Sistem MLM ini memangkas sedikitnya dua pihak dalam jalur distribusi. Produsen tidak perlu lagi mencari perusahaan distributor untuk memasarkan produknya, dan tidak perlu grosir untuk mendistribusikan produk dari distributor ke konsumen, tetapi cukup dengan distributor independen. Lihat gambar 1.



**Gambar 1. Jalur distribusi Penjualan Langsung dan Penjualan Konvensional**

Keunikan sistem MLM ini terletak pada distribusi produknya yang tidak akan dijumpai di toko-toko, swalayan dan warung-warung. Produk diperoleh melalui distributor langsung yang umumnya berupa pribadi-pribadi. Sejarah MLM ini dimulai sebelum perang dunia kedua, tepatnya tahun 1930, ketika *Nutriline* menerapkan sistem bonus 2% dari nilai penjualan kepada orang yang berhasil merekrut pembeli baru. Kemudian setelah *Nutriline* bubar tahun 1950-an, dua orang mantan distributor *Nutriline* mendirikan *Amway* di Michigan Amerika Serikat pada tahun 1959, yaitu De Vos dan Van Andel.

Di Eropa, bisnis MLM baru mulai dikenal tahun 1980-an, lama setelah Amway berdiri. Saat ini Amway adalah MLM terbesar dengan melibatkan jutaan distributor independen dengan 54 negara yang menerimanya sebagai suatu bisnis. Sedang di Indonesia, CNI merupakan sistem MLM asli Indonesia pertama yang didirikan pada tahun 1986. Berawal dari Bandung, pindah ke Jakarta dengan menjual produk-produk makanan dan minuman. Khusus untuk produk makanan dan minumannya, telah mendapat sertifikat Halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Prospek Bisnis MLM di Indonesia cerah. Pada bulan November 1998, tercatat ada 180 perusahaan yang menerapkan sistem penjualan langsung, dan 28 diantaranya menjadi anggota APLI (Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia). Tidak kurang 3 juta orang terlibat dalam 180 perusahaan ini, dengan omset 1,5 trilyun pada akhir 1997. Jika orang yang terlibat berjumlah 3 juta orang, dengan asumsi setiap orang memberi manfaat kepada masing-masing anggota keluarganya sebanyak 3 orang, 1 istri dan 2 anak, maka perusahaan dengan sistem penjualan langsung ini telah memberi manfaat kepada lebih dari 12 juta orang di Indonesia pada tahun 1997. Dengan penduduk lebih dari 200 juta orang, maka prospek bisnis ini masih dapat dikembangkan di masa depan. Dengan kata lain, prospek bisnis ini masih cerah.<sup>1</sup>

Skema Piramida dan Investasi Surat Berantai, bukan MLM. Beberapa perusahaan telah menggunakan sistem piramida dan investasi surat berantai pada tahun 1960-an antara lain: Koskot, *Bestline*, *Nutribio*, *Dare To Be Great* dan lain-lain. Skema Piramida dan Investasi Surat Berantai ini bukan MLM. Skema Piramida dan Investasi Surat Berantai ini mudah dikenali dengan ciri-ciri:

---

<sup>1</sup> Harefa, *Multilevel Marketing*, hal. 101

1. Pungutan biaya pendaftaran anggota yang relative besar dan sebagian digunakan untuk memberi komisi atau bonus kepada orang yang merekrut anggota baru.
2. Keharusan setiap anggota untuk membeli produk dalam jumlah besar dengan potongan harga setinggi mungkin. Padahal, harga produk tersebut telah dinaikkan secara tidak wajar. Pembelian produk tidak disertai dengan jaminan uang kembali (garansi), karena produk yang diperjual belikan tidak baik kualitasnya.
3. Tidak peduli dengan kepuasan pelanggan, sehingga pembeli cenderung menjadi korban.
4. Tidak ada perjanjian/kontrak tertulis antara perusahaan dengan distributornya.
5. Tidak adanya pendidikan dan sistem pelatihan yang sistematis untuk para distributor.
6. Tidak diterima sebagai anggota APLI.
7. Anggotanya tidak memiliki peluang yang sama untuk mendapatkan keuntungan dari penjualan produk atau jasa. Orang yang mendaftar belakangan kurang mendapat peluang untuk memperoleh keuntungan. Padahal dalam MLM peluangnya harus sama.

Berdasarkan ciri tersebut, maka banyak sekali sistem skema piramida dan investasi surat berantai berakhir dengan mengenaskan (seperti Pentagono, praktek Bank Gelap bertopeng Yayasan Kesejahteraan Adil Makmur, Arisan Danasonic, Susu Atena, dan Koperasi Simpan Pinjam di Ujung padang yang membawa-bawa nama MLM).

Sistem Binari, bukan MLM. Sistem ini memberikan keuntungan kepada distributornya dari hasil perekrutan semata-mata (bertentangan dengan aturan WFDSA-*World Federation Direct Selling Association*). Sistem binary ini dikembangkan berdasarkan pola perekrutan dua orang yang diduplikasi terus menerus. Sering juga disebut membeli "kavling" untuk menjadi anggota. Setiap orang dapat menjadi anggota berkali-kali. Sistem ini sering juga disebut kembaran dari skema piramida dan investasi surat berantai. Sistem binari ini lebih merupakan permainan uang (*Money Game*) secara untung-untungan dengan menjadi anggota. Sistem Binari ini bukan

MLM. Sistem ini hanya menarik orang-orang yang enggan bertanggungjawab, malas berusaha dan tidak peduli terhadap orang lain.

Dampak Skema Piramida, Investasi Surat Berantai dan Sistem Binari berbahaya. Dengan kedok MLM, sistem ini telah mengakibatkan keresahan politik seperti yang terjadi di Albania tahun 1997. Di Cina, pemerintah sempat menutup semua perusahaan penjualan langsung karena praktek skema piramida ini. Di Amerika terdapat 100 kasus pada tahun 1995. Bahkan di Rusia ada kantornya yang diserang polisi dan pemiliknya di tahan.<sup>2</sup>

Di Indonesia, kasus serupa dengan kedok MLM pernah terdapat di Medan dengan nama BMA pada tahun 1997-an. BMA ini melipat gandakan uang sampai 2 kali lipat dalam waktu satu bulan. Akhirnya pihak pengelola membawa kabur uang nasabah dalam jumlah besar setelah beberapa bulan praktek ini beroperasi. Praktek-praktek seperti ini merupakan tindak kejahatan ekonomi.

Ada beberapa daya tarik MLM yang membuat orang memasuki bisnis tersebut:

1. Menciptakan karir bagi diri sendiri. Mereka yang bergabung di bisnis MLM berhak menciptakan karir bagi dirinya.
2. Menawarkan kebebasan dalam bekerja. Bebas menentukan waktu, tempat serta mitra bisnisnya, sekaligus bebas menentukan penghasilan sendiri.
3. Minimnya resiko finansial yang harus dipikul jika mengalami kegagalan. Seperti diketahui bersama, bahwa yang namanya bisnis itu, tidak ada yang NIR RESIKO. Semua bisnis mengandung resiko. Jika resiko itu dibuat sedemikian kecil dengan MLM, itu sangat mungkin. Tetapi usaha yang tanpa resiko itu bukan bisnis namanya.
4. Pendidikan dan pelatihan yang ditawarkan untuk pengembangan SDM. Pengembangan SDM yang intensif ditempuh melalui seminar-seminar dan pelatihan-pelatihan seperti: Pelatihan Produk dan rencana pengembangan usaha, Seminar usahawan ekspres, Komunikasi Efektif, *Dynamic Leadership Seminar*, *Intensive Leadership Seminar*, dan *Train The Trainer*.

---

<sup>2</sup> Ibid

5. Watak sosial dari bisnis MLM yang berkeinginan untuk menolong orang lain. Dengan menolong orang lain, maka diri sendiri akan tertolong dengan sendirinya. Akibatnya timbul solidaritas yang tinggi, tim yang kuat serta sinergi yang optimal.

## **Permasalahan**

Jika berbicara metode, sesungguhnya metode dalam berdagang atau berbisnis dalam Islam termasuk *Umuri Dunyakum* (urusan dunia kamu). Karena setiap tindak tanduk manusia itu tidak terlepas dari norma dan nilai, tentu saja MLM sebagai salah satu metode dalam berbisnis ini perlu untuk dicermati. Permasalahan dalam bisnis MLM ini adalah tinjauan syariahnya seperti: Bagaimana kehalalan produknya? Bagaimana Keabsahan akadnya? Sesuikah imbalan dengan kerjanya? Bagaimana posisi etis/akhlak MLM? Bagaimana Kaidah Hukumnya? Bagaimana Memodifikasinya agar sesuai syariah?

## **Tinjauan Syariah MLM**

### **1. Kehalalan Produk**

Biasanya produk yang dijual di Indonesia dalam bentuk makanan atau minuman, harus diperiksa oleh Ditjen POM Majelis Ulama Indonesia, apakah halal atau tidak. Beberapa produk yang dipasarkan lewat MLM ini telah dinyatakan halal oleh MUI, seperti produk makanan dan minuman yang ditawarkan oleh CNI dan AHAD NET. Hanya saja, yang harus diwaspadai adalah produk-produk impor yang tidak diketahui apakah halal atau tidak. Oleh karena itu harus ada kewaspadaan dalam mengkonsumsi produk-produk impor tersebut. Sepanjang produk yang ditawarkan oleh MLM halal, maka dari sisi produk, tidak ada hambatan secara syariah.

### **2. Akad Transaksi**

Akad yang dilakukan oleh pihak-pihak yang bertransaksi dalam MLM ini adalah akad *ijarah-ijarah*. Artinya, pihak distributor dan pemilik barang, sama-sama berusaha untuk mendapatkan penghasilan. Perusahaan dengan

kepemilikan dan menjual produk yang riil berhak atas keuntungan, sedangkan distributor dengan kerjanya yang riil berhak mendapatkan fee berupa bonus atau lainnya. Disinipun jangan ada unsur gharar atau unsur-unsur yang disembunyikan. Hal ini disebabkan, semua ketentuan tentang pembagian hasil atau pemberian kompensasi dilakukan dengan transparan. Sehingga dari sisi akadnya pun tidak ada hambatan secara syariah.

### 3. Imbalan Kerja

Imbalan yang diperoleh berupa *marketing fee*, bonus dan sebagainya tergantung level, prestasi penjualan dan status keanggotaan distributor. Jasa perantara penjualan ini (makelar) dalam terminology fikih disebut “Samsarah/simsar” atau perantara perdagangan (orang yang menjualkan barang atau mencarikan pembeli), atau perantara antara penjual dan pembeli untuk memudahkan jual beli.<sup>3</sup>

Pekerjaan *samsarah/simsar* berupa makelar, distributor, agen dan sebagainya dalam fikih Islam termasuk kategori akad *ijarah*, yaitu suatu transaksi memanfaatkan jasa orang dengan suatu imbalan. Pada dasarnya, para ulama seperti Ibnu ‘Abbas, Imam Bukhari, Ibnu Sirin, ‘Atha, Ibrahim, memandang boleh jasa ini. (Fiqh As-Sunnah, III/59).

Namun untuk sahnya pekerjaan makelar ini harus memenuhi beberapa syarat disamping persyaratan di atas, antara lain:<sup>4</sup>

1. Perjanjian jelas kedua belah pihak menurut ketentuan yang berlaku (An-Nisa:29), berdasarkan kaedah-kaedah fikih: “*al-ma’rufu ‘urfan kal masyruthi syarthan*” (seduatu yang sudah menjadi maklum bersama kedudukan hukumnya seperti disyaratkan), “*al-ma’rufu bainat tujjar kal masyuruthi bainahum*” (Suatu hal yang lazim dimaklumi antar pelaku bisnis seperti hukumnya telah disyaratkan antar mereka). Kendati demikian kelazimannya, syarat maupun ketentuan perjanjian itu tidak boleh keluar dari koridor hukum Allah. Nabi Saw mengingatkan: (*kullu syarthin laisa fi kitabillah fauwa bathilun*) “Setiap ketentuan yang keluar dari koridor kitab Allah adalah batal” (HR. Al-Bazar, Tabrani).

---

<sup>3</sup> Sayyid Sabiq, Fiqh As-Sunnah, vol. III/59

<sup>4</sup> Utomo, 2000, *Fikih Kontemporer*, Pustaka Saksi, Jakarta hal: 108

2. Objek akad bisa diketahui manfaatnya secara nyata dan dapat diserahkan.
3. Objek akad bukan hal yang maksiat atau haram. (Az-Zarga, al-Madkhal al-Fiqhi, 611, As-Suyuti, al-Asybah wan Nadzair, 92).

Distributor dan perusahaan harus jujur, ikhlas, transparan, tidak menipu dan tidak menjalankan bisnis yang haram dan *syubhat* (yang tidak jelas halal/haramnya). Berbeda dengan sistem Piramida, karena ada unsur penipuan. Sistem Piramida ini bukan MLM karena dia tidak menjual produk, tapi lebih cenderung berbentuk arisan atau istilah lain adalah "Beli Kavling". Artinya orang yang membayar kepada orang tertentu terlebih dahulu, baru menjadi anggota. Keanggotaan ini bertingkat dengan melakukan penyetoran uang beberapa kali kepada orang lain, dimana nantinya orang-orang akan menyettor juga kepada kita. Sistem penjualan skema piramida ini dibantah oleh Asosiasi Pemasaran Langsung Indonesia (APLI) sebagai MLM.

Disamping itu, banyak orang yang masuk dalam MLM ini bukan untuk membeli produk yang ditawarkannya, tetapi mengikuti seminar-seminarnya yang dapat meluaskan wawasan dan menambah motivasi serta menambah pergaulan. Mereka tertarik dengan seminar yang menghadirkan orang yang dahulunya seorang buruh pabrik, sekarang menjadi pemilik pabrik membeberkan pengalamannya mengembangkan bisnis MLM ini. Harus diakui bahwa diantara mereka ada yang berhasil dan menjadi kaya. Akhirnya memutuskan untuk keluar dari pekerjaannya dan memfokuskan diri pada bisnis ini.

Secara singkat, syarat-syarat perdagangan telah terpenuhi, karena ada penjual, ada pembeli dan ada barang yang diperjual belikan.

Kesesuaian antara imbalan dengan hasil kerja menjadi ukuran yang sulit untuk diukur. Tetapi hal ini dapat didekati dengan tidak adanya protes atau complain terhadap pengusaha MLM. Di Perusahaan konvensional, biasanya jika membeli barang semakin banyak, maka harga per unitnya semakin murah. Tetapi dengan MLM, harganya sudah tetap (*fixed*). Jika semakin banyak yang laku terjual, maka selisih kemurahan harga perunit dengan harga *fix* pada jumlah yang besar, diberikan kepada distributor melalui apa yang disebut bonus.

Hal yang menarik dari sisi imbalan ini adalah Filosofinya. Jika *down line* (pihak yang direkrut) seseorang berhasil, maka *upline* (Pihak yang

*merekrutnya*) mendapatkan manfaat atas keberhasilan orang yang direkrutnya itu. Hal ini tidak ubahnya seperti orang yang mengajarkan ilmu kepada murid-muridnya, dan ilmu itu diamalkan. Maka meskipun sang guru telah meninggal dunia, tetapi pahalanya tetap mengalir akibat ilmu yang diamalkannya itu. Artinya, *Upline* tersebut tetap mendapatkan imbalan atas usahanya merekrut *downline* tersebut. Bagi *downline* sendiri, terbuka peluang usaha untuk lebih sukses dari *upline*-nya.

Secara sederhana, Suatu Imbalan dikatakan sesuai dengan prinsip syariah, jika imbalan itu diberikan berdasarkan kerja. Semakin besar imbalan, menunjukkan bahwa pekerjaannya pun semakin besar. Inilah yang terjadi di bisnis MLM. Semakin kerja keras seseorang, maka semakin besar kompensasi yang diperolehnya. Dari sisi kompensasi inipun tidak ada hambatan secara syariah.

#### **4. Posisi Etis/Akhlaq**

Ditinjau dari aspek etis/akhlaq, MLM yang merupakan bisnis yang merupakan bisnis yang fenomenal di abad 20 akhir-akhir ini, dapat dikatakan kurang etis secara normative. Banyak kenyataannya bahwa sistem MLM ini diikuti karena paksaan, bukan karena kesadaran sendiri. Karena diajak oleh teman akrab, misalnya, maka sungkan jika menolak. Sehingga ikut bisnis MLM pun karena terpaksa.

Para pemasar dalam MLM ini biasanya menjual ke saudaranya dahulu (adik, kakak, kerabat dekat maupun kerabat jauh), lalu temannya, muridnya dan orang-orang yang sudah dikenalnya. Meskipun secara syariah tidak ada larangan mau dijual kepada siapa saja, tetapi pada prakteknya, banyak pihak yang diajak untuk membeli produk tersebut melakukannya dengan terpaksa dengan alasan tidak enak hati jika menolak.

Jika tidak berhasil sendirian, maka pemasar datang dengan istrinya. Artinya, pemasar berusaha membujuk orang yang sudah dikenalnya untuk masuk ke jaringan MLM ini dengan segala cara. Cara menjual yang sering dilakukan adalah dengan mengangkat prestise orang. Orang tersebut membeli barang, bukan lagi rasional, tetapi sudah merupakan kegiatan yang tidak rasional. Harganya jelas lebih mahal dari harga pasar, tetapi karena orang tersebut didatangi, kemudian diangkat prestisinya, maka orang tersebut akhirnya jadi membeli. Harga barang dengan cara menjual seperti

inilah yang disebut dengan harga Prestise (tidak menyalahi juga jika ada "Tarodin" dari kedua pelaku).

Di dalam menjalankan bisnis dengan sistem MLM perlu mewaspadai dampak negatif psikologis yang mungkin timbul sehingga membahayakan kepribadian. Bahaya itu antara lain: obsesi yang berlebihan untuk mencapai target penjualan tertentu karena terpacu oleh sistem ini; suasana tidak kondusif yang kadang mengarah pada pola hidup hedonis sekuler ketika mengadakan acara rapat dan pertemuan bisnis; melalaikan tugas dan keluar dari pekerjaan tetap karena terobsesi akan mendapat harta yang banyak dalam waktu singkat. Selain itu, sistem ini cenderung memperlakukan *member* atau orang lain berdasarkan prospektifitas dan target-target penjualan kuantitatif material yang mereka capai. Pada akhirnya hal itu dapat mengkondisikan seseorang berjiwa tidak puas, materialisasinya untuk dekat kepada Allah di dunia dengan ibadah agar selamat di akhirat. (Al-Qashash: 77 dan Al-Muthaffifin: 26).<sup>5</sup>

Ada fenomena baru dalam pemasaran yang menyebutkan bahwa seseorang mendapatkan hadiah. Ketika hadiah tersebut diambil, maka yang muncul adalah tawaran untuk membeli barang tertentu. Ini juga merupakan unsur paksaan, karena tidak boleh membandingkan dengan barang lain. Jika keluar dari toko tersebut, maka hadiah sudah tidak berlaku lagi. Ada unsur Gharar (penipuan) didalamnya.

Sebenarnya keterpaksaan membeli ini tidak hanya dapat terjadi di MLM, juga di bisnis-bisnis lain yang umum, seperti di bis kota, dimana para pemasar, memberikan dahulu produknya untuk dipegang-pegang, dilihat-lihat dan diamati baru di beli. Terkadang, karena sudah di pegang-pegang, orang akhirnya membeli produk tersebut karena ada semacam paksaan akibat rasa "tidak enak" atau "kasihan". Fenomena ini umum sehingga menjadi subjek tersendiri, yaitu etika pemasaran.

## 5. Kaidah Hukum

MLM ini dapat digolongkan pada penjualan langsung dengan biaya pemasaran rendah. Orang-orang diajak untuk memasarkan produk dengan memberikan fasilitas. Mereka diajak untuk bermotivasi tinggi agar dapat memperoleh hasil yang tinggi. Para calon pemasar, diberikan istilah BSS

---

<sup>5</sup> Ibid, hal. 108

(Bisnis sendiri-sendiri). Mereka dapat menjalankannya dari kantor, dari rumah, dan darimana saja. Hal ini disebabkan karena bisnis ini adalah bisnis sampingan.

Kaidah hukum yang dipakai dalam muamalah adalah: *La Dororo wala Diroro* yang artinya, bahwa tidak dibenarkan membuat sesuatu yang merugikan diri sendiri maupun orang lain. Tetapi pada kenyataannya, banyak yang menjadikan bisnis ini menjadi urusan utama, sehingga pekerjaan kantor terbengkalai, bahkan keluarganya sampai tidak terurus dan terawat dengan baik. Atau pun jika menjadikan bisnis ini sebagai sampingan, orang banyak menjadi koruptor-koruptor kecil, karena menggunakan fasilitas kantor, seperti telepon, fax dan sebagainya untuk urusan bisnis ini.

Yang pasti, perhatiannya di kantor tidak seratus persen untuk mengerjakan urusan kantor, tetapi dari sekian waktunya di kantor, sebagian dicurahkan untuk mengurus bisnis ini. Akibat yang omset perusahaan dirugikan. Sehingga dari kaidah hukum, bisnis yang dijalankan seperti ini tidak syar'i.

## **6. Modifikasi Agar sesuai Syariah**

Persoalan yang utama dari modifikasi agar sesuai dengan syariah adalah adanya jaminan bahwa semua produk yang ditawarkan halal dan thayyib. Misalnya tidak ada satupun produk mereka yang mengandung alkohol, nikotin dan sebagainya yang meracuni tubuh, meskipun merupakan campuran untuk kosmetika, dan sebagainya. Jika halal dan thayyib ini terpenuhi, maka masalah berikutnya adalah cara menjual yang diajarkan dalam pelatihan, adalah cara menjual yang ada unsur Gharar (penipuan) didalamnya.

Dua hal ini yang sangat diperhatikan oleh MLM syariah. Dalam hal menjual misalnya, tidak boleh memakan segmen usaha lain (pasar tradisional). Hampir semua MLM mempunyai ribuan jenis item barang yang bisa ditawarkan. Hampir semuanya adalah barang-barang kebutuhan sehari-hari. Yang harus diingat, bahwa jangan sampai MLM ini meraup segmen pasar tradisional. Sehingga perkembangan MLM ini mematikan toko-toko tradisional.

Secara garis besar, masalah dominan yang muncul di MLM adalah masalah moral atau etika pemasar.

Keadilan bagi seorang konsumen adalah dia mengetahui harga barang dan harga perbandingannya, sehingga dia dapat memutuskan apakah pembelian ini dilakukan dengan harga yang tepat. Artinya, pembeli sampai kepada satu kesimpulan bahwa barang yang akan dia beli tersebut murah, wajar atau mahal. Sama halnya dengan harga prestise itu lebih tinggi dan dia memang ridho dengan harga yang tinggi itu, tidak ada masalah.

Jika dia tidak tahu perbandingannya, maka ini disebut dengan *Jahalah*. Pada akhirnya, *jahalah* ini dapat menimbulkan *Gharar* (penipuan), yang akhirnya pembeli tidak ridho dengan apa yang telah dibelinya. Apabila ini terjadi, pembeli berhak untuk *Khiyar* (mengembalikan barang yang sudah dibeli, dengan pengembalian uang yang sudah dibayarkan, atau mendapatkan harga yang wajar). Artinya, tidak seorangpun boleh diposisikan sebagai pihak yang lemah atau dirugikan.

### **Pustaka Acuan**

- Bably, Muhammad Mahmud, 1999. *Kedudukan Harta Menurut Pandangan Islam*. Kalam Mulia, Jakarta.
- Hafidhuddin, Didin & Hendri Tanjung, 2003. *Manajemen Syariah dalam Praktik*. Gema Insani Press, Jakarta.
- Hafidhuddin, Didin, 2003. *Islam Aplikatif*. Gema Insani Press, Jakarta.
- Harefa, Andreas, 1998. *Multilevel Marketing*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Karim, Helmi, 1997. *Fiqh Muamalah*. PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Mansoori, Muhammad Tahir. 2010. *Kaidah-kaidah Fiqh keuangan dan Transaksi Bisnis*. Terjemahan. Ulil Albaab Institute. Pascasarjana Universitas Ibn Khakdun Bogor.
- Masqood, Ruqaiyah Waris. 2003. *Harta dalam Islam*. Lintas Pustaka, Jakarta.
- Praja, Juhaya S., 1995. *Filsafat Hukum Islam*. Pusat Penerbitan Universitas LPPM -Universitas Islam, Bandung.
- Setiawan Budi Utomo, 2000. *Fikih Kontemporer*. Pustaka Saksi, Jakarta.
- Yahya, Mukhtar, Fatchurrahman, Prof. Drs. 1986. *Dasar-Dasar Pembinaan Hukum Fiqh Islami*. PT. Al-Ma'arif, Bandung.